

Le Quotidien de la Côte  
 1260 Nyon 1  
 022/ 994 41 11  
 www.lacote.ch

Genre de média: Médias imprimés  
 Type de média: Presse journ./hebd.  
 Tirage: 8'245  
 Parution: 5x/semaine

N° de thème: 832.044  
 N° d'abonnement: 1092279  
 Page: 14  
 Surface: 79'363 mm<sup>2</sup>

# Visions du réel du côté des pros

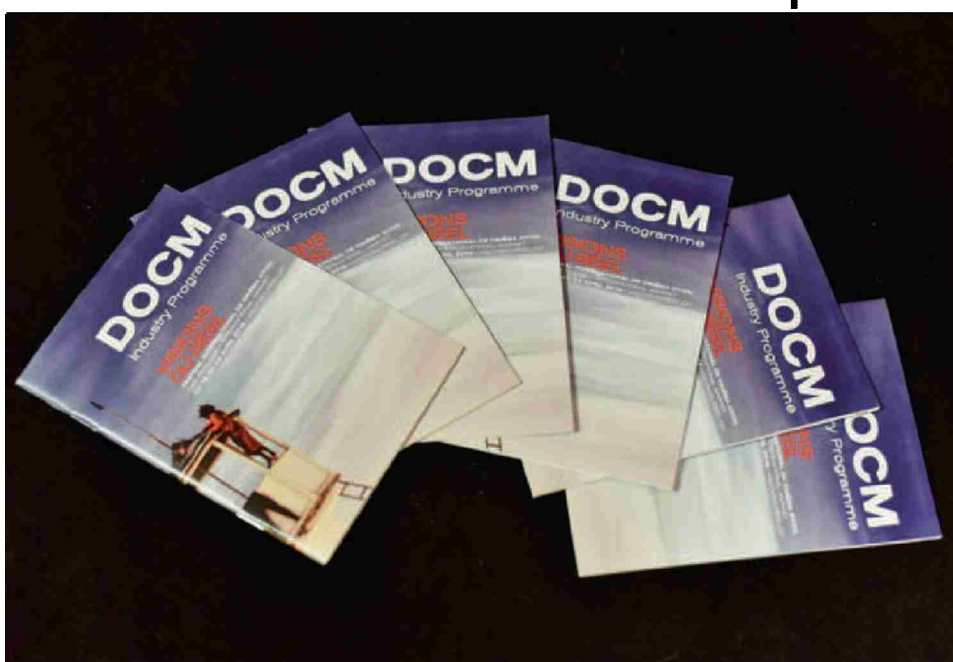
**INTERVIEW Le festival est également une plateforme de réseautage organisé pour les pros. Explications.**

PROPOS RECUEILLIS PAR  
**ANTOINE GUENOT**  
 aguenot@lacote.ch

Réalisateurs, distributeurs, producteurs, représentants de chaînes de télévision, journalistes. Au total, plus de 1000 professionnels venus du monde entier sont accrédités pour Visions du réel. Et près de 400 d'entre eux participent au Doc Outlook Market (DOCM). Cette plateforme, qui se déploie tout au long du festival à la salle de la Colombière et au Théâtre de Marens notamment, propose des rencontres, des ateliers et des séances de réseautage pour les pros. Le point sur ces activités en compagnie de leur responsable, Gudula Meinzolt.

**Le Doc Outlook Market est un événement dans l'événement. Quelle place occupe-t-il précisément dans le festival?**

Très importante. Nous voulons offrir aux professionnels des opportunités de rencontres et de soutiens. Notamment en ce qui concerne les coproductions de films. Dans le cadre de ce type de projets, les différents acteurs doivent pouvoir tisser des liens de confiance forts avant de signer un contrat. Nous essayons de favoriser cela dans le cadre du DOCM.



Le DOCM dispose d'un programme fourni et détaillé que les professionnels peuvent suivre tout au long de la semaine. CÉRIC SANDO

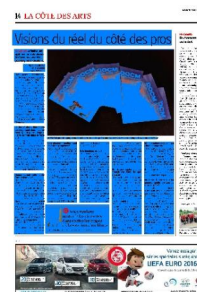
**Depuis quand cette plateforme existe-elle?**

Jean Perret (ndlr: directeur de Visions du réel de 1995 à 2010) l'a construite petit à petit. Notamment en mettant sur pied une «médiathèque» durant le festival pour que les professionnels puissent regarder des films particuliers. Des séances de discussions, de réflexions existaient déjà. Quand nous sommes arrivés, Luciano Barisone (ndlr: directeur du festival depuis 2011) et moi, nous nous sommes dit qu'il fallait élargir cette offre. Et spécifiquement s'occuper des

films en développement en organisant des séances de discussions entre cinéastes et producteurs, par exemple. Notre credo est: «on gagne beaucoup en partageant».

**Concrètement, quelles sont les actions proposées?**

Il y a tout d'abord les activités liées au développement de projets de film. Il y a là deux étapes. La première porte sur la recherche. Soit lorsque le cinéaste est encore en recherche d'idées, de protagonistes pour son documentaire. En ce sens, nous collaborons avec la RTS



Le Quotidien de la Côte  
1260 Nyon 1  
022/ 994 41 11  
www.lacote.ch

Genre de média: Médias imprimés  
Type de média: Presse journ./hebdo.  
Tirage: 8'245  
Parution: 5x/semaine

N° de thème: 832.044  
N° d'abonnement: 1092279  
Page: 14  
Surface: 79'363 mm<sup>2</sup>

qui a initié le concours «Perspectives d'un doc». Dans ce cadre, la RTS a lancé un appel à candidatures aux producteurs et cinéastes suisse romands. Sept projets ont été sélectionnés. Leurs auteurs viennent les présenter, au festival, à des représentants de la chaîne. Ceux-ci leur présentent leur film, lors d'une séance dite de *pitching*. Puis, la RTS sélectionne un film et le finance à hauteur de 10 000 francs.

#### Et la deuxième étape?

Le «Pitching du réel». Cela s'adresse aux projets qui sont déjà bien développés. Des films qui sont déjà financés mais pas encore tournés. Cette action regroupe des cinéastes sélectionnés dans le monde entier. Dans ce cadre, nous organisons des rencontres avec ce que nous appelons des *decision-makers*. Des représentants de chaînes de télévisions, des producteurs, des distributeurs internationaux, des institutions. C'est une combinaison de trois moments. Le *pitch*, durant lequel les cinéastes, souvent accompagnés de leur producteur, présentent oralement, en sept minutes, leur film à ces *decision-makers*. Puis, ils participent à une table ronde de 20 minutes. Ces mêmes «décideurs» leur posent des questions ciblées. Enfin, troisième moment: les responsables peuvent demander des rendez-vous individuels avec un cinéaste.

#### On trouve également des «Rough Cut Lab». De quoi s'agit-il?

Ils s'adressent aux jeunes

cinéastes dont les films ont déjà été tournés. Ces réalisateurs se retrouvent avec des heures et des heures de *rush*. Ce n'est pas toujours facile pour eux de trouver le fil rouge, de savoir renoncer à certaines séquences pour que l'ensemble tienne la route sur une heure et demie. Visions du réel a sélectionné cette année quatre réalisateurs. Ils sont invités à présenter leurs images brutes à une dizaine d'experts. Durant plus de deux heures, ces derniers leur donnent un *feed-back*. J'insiste sur le fait qu'il s'agit toujours de retours «généreux». L'idée n'étant pas de casser ces jeunes.

#### Et qu'entendez-vous par «Docs in progress»?

C'est une action qui concerne des films déjà montés. Il s'agit d'une phase plus marketing. Là, le cinéaste cherche à diffuser son film. Nous mettons en contact les réalisateurs que le festival a choisis avec des télévisions, des festivals, des distributeurs. Ils ont chacun dix minutes pour raconter leur film. Et ils peuvent en présenter une séquence.

#### Au final, à l'échelle européenne, quelle position occupe le DOCM?

L'une des plus importantes. Mais il faut savoir aussi que chaque festival a son profil particulier. Et donc le marché qui lui correspond. Les festivals se complètent au final. Ce qui est sûr, c'est que ces plateformes professionnelles sont de plus en plus nécessaires. Ne serait-ce que pour faire venir des cinéastes dans les festivals. Au-

jourd'hui, les réalisateurs veulent présenter leurs films au public mais aussi les vendre et trouver des financements pour de nouveaux projets. C'est notre devoir, en tant que festival, de pouvoir leur proposer cela. ☺



« Nous voulons soutenir les cinéastes dans toutes les étapes d'élaboration d'un film. »

GUDULA MEINZOLT RESPONSABLE DU DOC OUTLOOK MARKET